Nº 79

mercadoindustrial.es

punto de encuentro de la industria



www.mercadoindustrial.es - info@mercadoindustrial.es

Revista de información multisectorial para la industria, maquinaria, logística, tecnología y servicios

Apostar por lo que sabemos hacer

Este nuevo año arrancamos con todas nuestras ilusiones puestas en las posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías y en que nos sobran talento y fuerzas para materializar nuestro compromiso editorial en un nuevo ejercicio de comunicación y periodismo multisectorial y profesional. Esto suena algo pretencioso, pero es que es lo que queremos ser y en lo que nuestros lectores confían desde hace ya unos cuantos años.

Ahora somos más en este equipo. Tenemos nuevas colaboraciones y nos hemos embarcado en una nueva publicación online que administra todas las noticias de las tres revistas que editamos. A partir de ahora, seremos más ágiles y buscaremos la máxima difusión mediante los recursos que la red nos ofrece, como posicionamiemto SEO para todas las noticias y difusión en las principales redes sociales de todos los acontecimientos de los que nos hagamos eco, y sean noticias, entrevistas o artículos, en formato de texto o audiovisual.

Todos estos buenos propósitos tienen un objetivo común: crear una comunicación fluida entre un público profesional y multisectorial y las empresas, entidades o personas que las dirigen que son, por una u otra razón, noticia.

Además, vamos a tender lazos de comunicación con el público, cada vez más numeroso, que nos sigue asiduamente, facilitando debates y adaptándonos a las nuevas posibilidades de bidireccionalidad que las redes sociales nos permiten. Hay un nuevo modelo de periodismo que vamos a desarrollar con la participación de nuestros lectores. en este sentido tenemos la voluntad de ser un puente de comunicación online que de luz al universo empresarial de manera honesta y neutral.

Lino Hernández Rué
Lic. Periodismo UAB

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

índice

Trusted Shops Alemania y el e-commerce 4

Foro de Reparalia Reinventarse para retener a los clientes 6

Panorama empresarial 7

Compuware Tendencias tecnológicas 12

EntresD Comprar una impresora 3D 13

Empresas 14

D.L. Internet B-20885-2006
ISSN 2339-6148














6 claves para adaptar tu comercio electrónico al mercado alemán





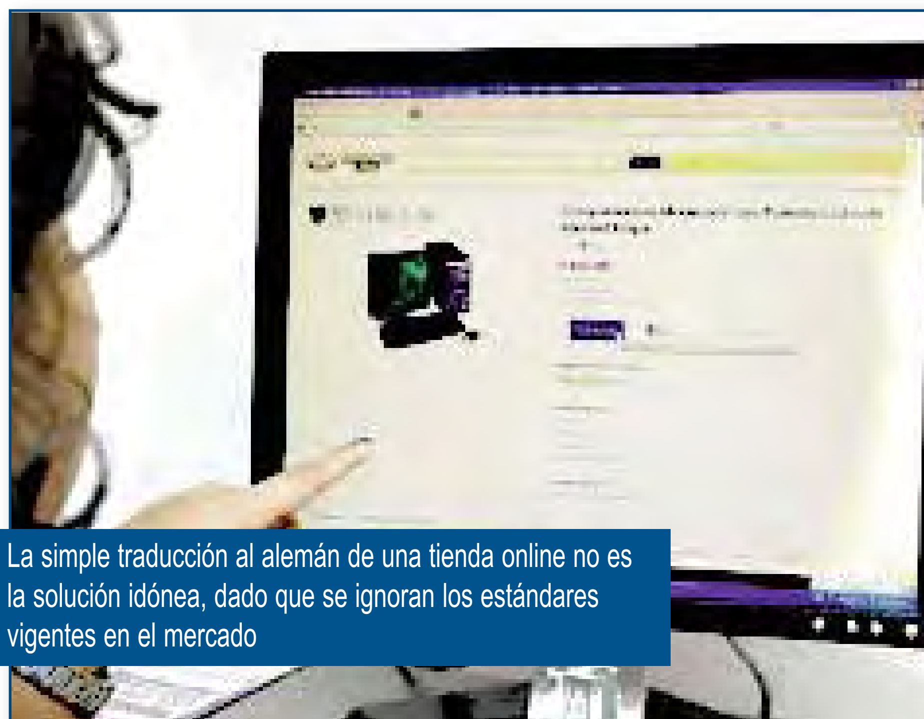
Alemania es indudablemente un mercado muy atractivo para las empresas españolas, ya que es la principal potencia económica de la Unión Europea y la cuarta economía del mundo.

Según informan de la consultora Trusted Shops, una de las mejores maneras de aprovechar esta oportunidad es a través del comercio electrónico, creando una versión alemana de una tienda online española. Ahora bien, la simple traducción al alemán de una tienda online no es la solución idónea, dado que se ignoran los estándares vigentes en el mercado. En primer lugar, es necesario diferenciar entre el ámbito de la venta a empresas (B2B) y el de la venta a consumidores (B2C). Mientras que el B2B está menos reglamentado, el B2C está sometido a fuertes exigencias de la normativa de consumo. En este caso, el mero cumplimiento de la ley española es insuficiente para cumplir los estándares alemanes, dado que la normativa germana otorga una mayor protección en numerosos puntos. Es más, la aplicación de la ley es controlada de forma rigurosa por las instancias judiciales, asociaciones de consumidores y los propios competidores.

Esta suma de factores ha dado lugar a la aparición de estándares específicos del e-Commerce alemán. Uno de los puntos que más dudas genera en los negocios online a la hora de acceder al mercado alemán es la política de devoluciones. Los consumidores alemanes están habituados a un elevado nivel protección, siendo clientes exigente s que esperan poder ejercer su derecho de devolución sin traba alguna.

Consciente de esta realidad y como experto del mercado alemán, Rafael Gómez-Lus, Experto Legal de Trusted Shops en España, ofrece a los comercios electrónicos españoles seis consejos o claves a tener en cuenta para cumplir con la política de devoluciones de una tienda online destinada al mercado alemán:

1. Evitar la confusión de términos: En España se usan de forma indistinta los términos derecho de devolución y derecho de desistimiento. El problema es que, la traducción de estos dos términos hace referencia a dos derechos distintos en el derecho alemán: el derecho de desistimiento "Widerrufsrecht" y el derecho de devolución "Rückgaberecht". Por lo tanto, al referirse al derecho de desistimiento, debería utilizarse el término desistimiento "Widerrufsrecht". Igualmente, éste no debe confundirse con otros derechos, como el de garantía legal. De concederse un derecho de devolución prolongado "Freiwilliges Rückgaberecht", deberá


La simple traducción al alemán de una tienda online no es la solución idónea, dado que se ignoran los estándares vigentes en el mercado

quedar claramente diferenciado del derecho de desistimiento legal.

2. Plazo de desistimiento: En Alemania el plazo de desistimiento es de 14 días naturales. Este periodo comienza a contar a partir de la entrega de la mercancía o de la contratación del servicio, siempre y cuando se haya informado al consumidor conforme a la ley. Esta precisión es importante, dado que si no se informa al consumidor de acuerdo con los requisitos legales, el plazo de desistimiento no comenzará, por lo que el consumidor contará con un plazo ilimitado.

3. Información en el proceso de pedido: Se debe informar al consumidor, antes de la emisión de su voluntad contractual, de si le corresponde o no un derecho de desistimiento. Los tribunales alemanes han especificado los requisitos de presentación de esta información de tal manera que la mayoría de tiendas online alemanas informan mediante un link o una caja informativa sobre este derecho en la última o penúltima página del proceso de pedido.

4. Documento informativo "Widerrufsbelehrung": Se debe incluir un documento informativo sobre el derecho de desistimiento. Este documento incluye información detallada sobre el plazo, forma y consecuencias del ejercicio del derecho desistimiento. Es aconsejable utilizar el documento modelo facilitado por el Ministerio Alemán de Justicia, ya que se encuentra avalado por éste y no puede ser sancionado.

5. Forma de ejercicio: El derecho de desistimiento puede ejercerse en Alemania de forma escrita (por ejemplo mediante carta, fax o e-mail) o a través de la devolución de la mercancía. Es posible facilitar el acceso a un formulario para el ejercicio del desistimiento, si bien se ha de informar sobre las otras formas. El desistimiento no puede ejercerse por teléfono, por lo que se ha de evitar la inclusión de un número de contacto en el documento informativo.

6. Restricciones al derecho de desistimiento: Alemania se caracteriza por su abundante jurisprudencia favorable para los consumidores. Los tribunales alemanes han condenado el establecimiento de restricciones al derecho de desistimiento no previstas en la ley como es el caso del rechazo de devoluciones de mercancías abiertas, el establecimiento de penalizaciones o la retención de los costes de envío originario en caso de desistimiento. Es más, determinadas prácticas toleradas en otros países europeos, han sido sancionadas en Alemania.

Las indicaciones claves mostradas se basan en el marco legal actualmente vigente en Alemania. Éste cambiará a partir de la entrada en vigor en junio de 2014 de la Directiva 2011/83/UE, por la cual se armonizará el derecho de la venta a distancia de los Estados miembros.

"Mediante la adopción de una política de devoluciones adaptada a los estándares del país, se genera una mayor confianza en los consumidores, lo cual redundará positivamente en el volumen de ventas generadas", afirma Rafael Gómez-Lus..

www.trustedshops.es

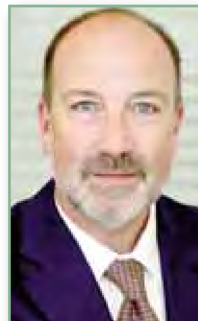


El marco legal actualmente vigente en Alemania cambiará a partir de la entrada en vigor en junio de 2014 de la Directiva 2011/83/UE, por la cual se armonizará el derecho de la venta a distancia de los Estados miembros.

Las empresas necesitan reinventarse en retención de clientes

"El cliente se gana cada día, a través de una relación continua, pero esa cultura no existe en muchas empresas".

H Stephen Phillips, consejero delegado de Reparalia



En un entorno global en el que a diario se crean 2,5 millones de billones de bytes de información, las tecnologías de Big Data pueden marcar la diferencia en el sector empresarial, ofreciendo nuevos niveles de innovación y competitividad. El tratamiento del Big Data Esta es la principal conclusión que puede deducirse del observatorio *"Nuevos enfoques en la retención de clientes"*, de Reparalia. Un panel de expertos convocado por esta compañía apunta las claves de futuro en la fidelización del usuario: apostar por el cliente interno, escuchar al usuario y establecer vínculos con él en redes sociales, conseguir que nos recomienden y adoptar comportamientos responsables

Vicente Martínez López, director de gestión de Líneas de Consumo de AIG Iberia; Santiago Pérez Fernández de la Puente, director general de Travel Club-Air Miles; Alejandro Vázquez, vicepresidente comercial de Tuenti; Isabel García, directora de Marketing y Ventas de GDF Suez Energía España; y Joan Miquel Malagelada, director de Marketing de Hyundai Motor España participaron en el debate, junto con H Stephen Phillips, consejero delegado de Reparalia.

El panel de expertos reunido por Reparalia ha incidido en la importancia que adquieren, en el entorno económico actual, las nuevas vías de retención y fidelización de clientes para el éxito de cualquier negocio. Las compañías se encuentran cada vez con un cliente más informado, que busca más por menos, que sólo opta por aquello que le aporta valor, y lo más importante, que se mueve en el universo de las redes sociales, una realidad a la que las empresas no pueden dar la espalda.

Todos ellos expusieron sus puntos de vista sobre el escaparate que suponen las redes sociales, donde cada mensaje se amplifica y obliga a que las compañías se sumerjan en este mundo. Las aportaciones sobre este tema permitieron deducir las siguientes afirmaciones:

Respecto al **cliente interno**, la fidelización de los clientes pasa por cuidar del cliente interno en primer lugar, y las compañías deben realizar un trabajo continuado que refuerce la relación con el cliente.

En cuanto a las **redes sociales**, éstas son clave para la retención. Es importante que la empresas escuchen las demandas de los clientes, aprovechen la información que transmiten y establezcan con ellos vínculos emocionales.

La **satisfacción y recomendación** son determinantes. Frente a la idea de que el cliente ya está fidelizado cuando vuelve a comprar el producto, los expertos inciden en que el listón se debe situar en el punto en el que el cliente está satisfecho y nos recomienda. Conseguir que se conviertan en embajadores y prescriban el producto es señal de éxito.

La **RSC** es un valor. Los clientes valoran a las empresas que adoptan comportamientos responsables, convirtiéndose así la RSC en un aspecto imprescindible a la hora de fidelizar y retener.

En definitiva, los expertos abogan por establecer una experiencia global con el cliente y que la relación entre ambos no finalice en el momento de la compra. Todo ello en sintonía con una presencia estudiada en redes sociales, con una comunicación continua con ellos y demostrando que se trata de una empresa responsable y comprometida.

www.reparalia.com



mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

CeMAT 2014 mostrará el control logístico inteligente



En Madrid, el 21 de Enero, Bernd Rohde, director de proyectos de Deutsche Messe, Hannover, y con la colaboración de don Christian Guarin, Sales Manager de Mele Servicios Feriales, SL de Madrid, se ha presentó CeMAT 2014, feria bianual de la Intralogística, organizada por Deutsche Messe AG, que se celebrará en el recinto ferial de Hannover, de lunes a viernes en la semana del 19 al 23 de mayo de 2014.

El tema central será “Inteligencia, integración, eficiencia”, describiendo el control inteligente de cadenas de logística integradas en todo el proceso de creación de valor. La intralogística es la que permite establecer procesos logísticos eficientes, apostando, cada vez más, por las modernas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, para lo que precisa una tecnología segura y fiable.

Se han diseñado cinco grupos temáticos. En “Move and Lift” se encontrarán las innovaciones en las técnicas de transporte y elevación. Como “Store and Load” se mostrarán los sistemas automatizados de almacenamiento. En el “Pick and Pack” encontraremos todo lo preciso para reunir y preparar la mercancía para la expedición y el embalaje. El “Logistic IT” enseñará todas las tecnologías de la información aplicadas a la gestión de almacenes, técnicas de control, sensores e identificadores. El “Manage and Service” mostrará, además de ser el escaparate del expositor, los inmuebles de logística, la financiación y el transporte.

La temática estará especificada en grupos que englobarán las técnicas portuarias, la logística mercantil, las cargas a granel, mercancías en fardos, productos farmacéuticos, mercancías peligrosas, eliminación de residuos, la logística de la producción, la industria química, la temperatura controlada y la eliminación de residuos.

Se organizará el Foro Portuario, que profundizará en la logística portuaria. Se realizarán demostraciones en vivo, la Innovation Island, con las más importantes novedades del sector. El área de educación, con la presencia de las nuevas generaciones y la potenciación de la carrera profesional, ocupará una parte importante de las actividades programadas durante la feria. También elaborarán un cuidado programa con ponencias magistrales.

La feria presenta además, de momento, seis eventos regionales, en seis diferentes países, con la misma marca. CeMAT Russia, que se celebrará en Moscú, del 23 al 26 de septiembre de 2014. CeBIT Asia, a celebrar del 27 al 30 de octubre de 2014 en Shanghai. CeBIT India que se realizará en Delhi del 10 al 13 de diciembre de 2014. CeMAT South America, que abrirá sus puerta del 30 de junio al 3 de julio de 2015 en Sao Paulo. Materials Handling Eurasia que tendrá lugar del 19 al 22 de marzo de 2014 en Estambul. Intralogística Italia, que se abrirá del 19 al 23 de mayo de 2015 en Milán.

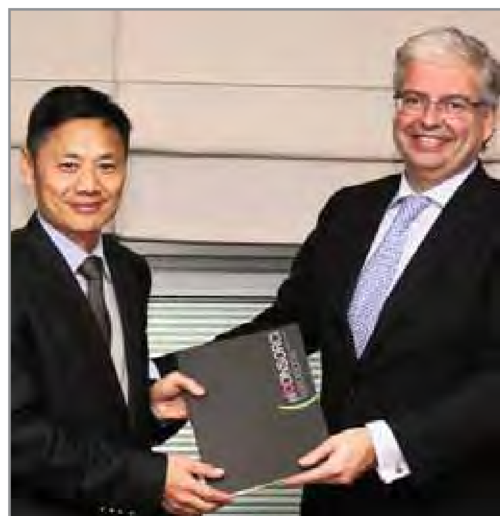
www.cemat.de www.messe.de

CCIC tendrá un laboratorio de certificaciones e inspecciones en Barcelona

Certification & Inspection Group (CCIC) ha firmado recientemente un contrato para ubicar la sede de su primer laboratorio de certificaciones e inspecciones de Europa en un edificio propiedad del Consorci de la Zona Franca.

La China Certification&Inspection Group es la cuarta empresa de inspección y certificación más grande del mundo, tiene otras sucursales en Europa (Barcelona, Rotterdam, Bremen, Marsella y Moscú), pero el laboratorio que se creará ahora en Barcelona será el primero propio de CCIC que se instale fuera del territorio de la República Popular China.

www.ccicspain.com/sp www.elconsorci.net



Hannover Messe 2014 avanza hacia un nuevo éxito

En Madrid, el 16 de Enero, con la asistencia de don Marc Siemering,director del Área de Negocio de la HM de Hannover; el doctor Reinhard Hüppe, director ejecutivo de la Agrupación de Automatización en la ZVEI de Frankfurt am Main; don Roberto Sastre, director de Marketing de la empresa Arteche de Mungía, Vizcaya y, como coordinador, don Christian Guarin, Sales Manager de MELE Servicios Feriales SL de Madrid, fue presentada a la prensa la mayor feria industrial alemana, la Hannover Messe 2014, que se celebrará durante la semana del 7 al 11 de abril en el recinto ferial de la Deutsche Messe AG en la ciudad de Hannover.



Se aglutinan siete ferias claves bajo el mismo evento: Industrial Automation (Automatización industrial), Energy (Energía), MobiliTec (Movilidad), Digital Factory (Fábricas Digitales), Industrial Supply (Suministros Industriales, Industrial GreenTec (Industria y Medio Ambiente) y Research and Technology (Investigación y Tecnología)

Todas ellas con enfoques comunes, dirigidos a la automatización industrial y las Tecnologías de la Información (IT), a las tecnologías de la energía y del medio ambiente, a la subcontratación, a las tecnologías de la producción y los servicios, así como a la investigación y el desarrollo.

El lema principal de la Hannover Messe 2014: “Industria Integral – Nuevos pasos” (Integrated Industry-Next Steps), define como concepto central de la industria del futuro, el de fábricas inteligentes, flexibles, eficientes y autónomas.

Los Países Bajos será el país invitado como asociado para la edición Hannover Messe 2014,

El día anterior al inicio de la feria y aprovechándola, se otorgarán los premios Hermes Award, anunciándose el ganador entre los cinco finalistas nominados.

www.hannovermesse.de

Información y contacto

www.mercadoindustrial.es

Redacción:
redaccion@mercadoindustrial.es

Administración, suscripciones y publicidad:
info@mercadoindustrial.es
C/ Puig i Cadafalch nº 11, 3º-2ª 08035 Barcelona
Tel 93 531 18 55

D.L. Internet B-20885-2006
ISSN 2339-6148

La edición on-line es gratuita

También puede seguirnos a través de redes sociales:



La compañía de aguas minerales Gerolsteiner instala un almacén automatizado

Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG, empresa alemana comercializadora de aguas minerales, ha confiado en SSI Schaefer como contratista general para llevar a cabo un proyecto integral llaves en mano de la conceptualización, construcción y equipamiento técnico de un nuevo almacén compacto totalmente automático para 19.000 posiciones con el fin de incrementar la eficiencia en la logística, maximizar las posiciones de su almacén y reducir los tiempos de carga de camiones y expedición de las mercancías.

Según el director técnico de Gerolsteiner, D. Ulrich Rust *"El almacén compacto automático concebido y realizado por SSI Schaefer es para nosotros la solución más eficiente desde el punto de vista económico en lo que se refiere a tecnología y eficacia"*.

Por un lado, el almacén compacto permite a Gerolsteiner el aprovechamiento óptimo de la superficie del almacén que requiere sólo una cuarta parte de la superficie que sería necesaria en un almacenamiento en bloque clásico. Además se han construido altillos por encima de todo el área de envíos de tal manera que en la instalación queda integrada un área de oficinas, un área social así como una superficie de manipulación especial para la formación de palets display.

Por otro, permite obtener un alto rendimiento gracias a unos recorridos óptimos en la fase de picking y de expedición de mercancías. Para ello se ha implantado el sistema SLR (Schaefer Lift&Run) con SOS (Schaefer Orbiter® System) a bordo, la solución innovadora constituida por carros satélite transferidores, elevadores y lanzadera, que permite una manipulación altamente dinámica de palets en tres niveles superpuestos del almacén de canales, un aumento de la capacidad de almacenaje y de la eficiencia en el picking.



Todos los procesos del almacén están gestionados y controlados por WAMAS, el potente software de gestión de almacenes (SGA) propiedad de SSI Schaefer que está conectado con el sistema SAP de Gerolsteiner. Gracias a sus funcionalidades, WAMAS controla los flujos de entrada de los productos, la gestión del stock y de las ubicaciones, y los movimientos internos, proporcionando total transparencia y visibilidad del flujo de materiales y procesamiento de los pedidos.



Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG, conocido también simplemente como Gerolsteiner, es la compañía líder y el mayor exportador en el mercado de aguas minerales en Alemania. Fundada en 1888 y con sede en Gerolstein, en la región montañosa de Eifel, es muy conocida por su marca Gerolsteiner Sprudel, un agua mineral embotellada carbonatada de manera natural.

www.gerolsteiner.de www.ssi-schaefer.es

Himoinsa estrena nueva filial comercial en Inglaterra

Con unas instalaciones ubicadas en Crewe, Gateway. que se extienden en una superficie total de 4.876 m2, Himoinsa Power Solutions Ltd, dispone de un amplio stock de piezas de sustitución y grupos electrógenos, de 10 a 1250 kVA, para dar una rápida respuesta a las necesidades de sus distribuidores en Reino Unido. La nueva filial está integrada por un equipo de profesionales con amplia experiencia en el sector de la generación de energía y grandes conocimientos sobre el funcionamiento del mercado en Reino Unido.



Himoinsa Power Solutions Ltd oferta al mercado de Reino Unido grupos electrógenos divididos principalmente en tres categorías. Generadores dirigidos al sector industrial, principalmente para un suministro en standby; Grupos electrógenos para el sector del alquiler; y grupos electrógenos dirigidos a empresas alquiladoras que trabajan en proyectos especiales y requieren una configuración concreta, no estándar.

www.himoinsa.com

Mejoras en el software de Labsphere de medición de luz



Según informa la compañía Labsphere, su solución de medición de luz Integral® recopila, analiza y accede a datos de los sistemas y del hardware de la compañía, así como a componentes de otros fabricantes utilizados para las pruebas de iluminación de estado sólido. La próxima generación, Integral 1.2, ahora es compatible con una gama más amplia de instrumentos comunes en los laboratorios de fotometría, entre ellos el espectrómetro CAS 140 de Instrument Systems.

Integral aumenta la eficacia en los entornos de laboratorio y producción al permitir que un único usuario gestione el flujo de trabajo de múltiples sistemas de medición de luz. El sistema controla y automatiza la realización de pruebas e informes de los resultados para el rendimiento eléctrico, térmico y óptico de iluminación de estado sólido.

Ahora Integral es compatible con fuentes de alimentación de CA y CC y medidores de potencia de Keithley Instruments Inc., Agilent Technologies, Chroma Systems Solutions, Inc. (incluido QuadTech), Yokogawa Electric Corporation, y XiTRON Technologies. También es compatible con los dispositivos de control y supervisión de la temperatura de OMEGA Engineering inc., y con los instrumentos de Arroyo. Para mediciones ópticas, Integral es compatible con todos los productos de espectrómetros de Labsphere y en la actualidad, con el próximo lanzamiento de Integral 1.2, será compatible con el espectrómetro CAS 140 de Instrument Systems.

www.labsphere.com

ZetesAtlas evita riesgos en la trazabilidad

El 90 % de los fabricantes no reconocen la importancia del Packaging Execution System, lo que supone un peligro para su trazabilidad. Según nos informan desde la compañía Zetes, un Sistema de Ejecución de Empaquetado (PES – Packaging Execution System) es al proceso de trazabilidad e identificación de envases lo mismo que un Sistema de Ejecución de Fabricación (MES – Manufacturing Execution System) es a la fabricación: se encarga de dirigir todas las acciones relacionadas con el proceso de forma centralizada. Aunque la mayoría de los fabricantes ya conocen los beneficios que puede aportarles un MES, el 90 % de ellos desconoce las ventajas que aporta un PES..

En un afán por dar respuesta a estos desafíos, Zetes ha creado ZetesAtlas. Este software actúa como vínculo entre el ERP y la línea de empaquetado. Dentro de un bucle totalmente controlado, asume el mando de todos los periféricos, como impresoras, cámaras y controladores, y permite la correcta gestión de todos los procesos comunes relacionados con laidentificación de productos. Una sola solución dirige todas las líneas, controla todos los datos y proporciona informes de los eventos y acciones, permitiendo conocer todo lo ocurrido.



www.zetes.es

Sistema de almacenamiento de Fujitsu para Pymes

Fujitsu ha presentado su nuevo equipo de almacenamiento para las Pymes, CELVIN® NAS Q703. Se trata de un dispositivo creado por la compañía para ofrecer a sus usuarios completas opciones para la gestión y el almacenamiento de datos centralizados a la vez que permite gestionar y compartir archivos a través de múltiples plataformas de manera sencilla.



El nuevo CELVIN® NAS Q703 de Fujitsu aporta gran capacidad, flexibilidad, sencillez y es totalmente integrable. Además, ofrece múltiples opciones para la gestión de archivos, acceso remoto, un completo uso de las bases de datos y sobresalientes posibilidades a la hora de compartir archivos. Así mismo, es importante señalar sus posibilidades de back up externas o en la nube.

Tiene un mantenimiento sencillo, 3 años de suministro de piezas de repuesto, garantías específicas de los países donde se comercialice y total disponibilidad de servicios Top-up.

www.fujitsu.com

Compuware explica las cinco tendencias tecnológicas claves en 2014



Compuware, empresa multinacional especializada en el desarrollo de soluciones para la gestión del rendimiento de las aplicaciones de negocio, ha hecho públicas sus predicciones en cuanto a tendencias en el entorno tecnológico para 2014. La empresa prevé que el próximo año habrá cinco tendencias claras: la emersión de las denominadas AppOps, la desaparición de las aplicaciones móviles como una realidad única e independiente, la generalización de la tecnología Big Data, la paulatina desaparición de las disciplinas ITIL e ITSM y el surgimiento de una nueva generación de soluciones APM.

Respecto al primero de estos puntos, la compañía pronostica que después de un 2013 clave para el desarrollo de las Apps, en 2014 emergerán las AppOps para alinear el desarrollo, la producción y los requerimientos de los propietarios de las aplicaciones. Las AppOps se situaran en la misma escena que los conceptos de desarrollo Agile y DevOps respaldando la noción de despliegue continuo.

Compuware pronostica la desaparición de las aplicaciones móviles como una realidad única e independiente y se integrarán en el núcleo de los procesos TI y de negocio de las organizaciones. Las etiquetas ‘móviles’, ‘nativas’, ‘web’ que compartimentan las apps en diferentes canales, se integrarán bajo una concepción ‘Omni-Canal’ de desarrollo, monitorización y gestión conjunta. El análisis de la experiencia y el comportamiento del usuario, así como de los canales, se convertirá así en un aspecto diferenciador y vital para los negocios.

Como tercera predicción, estima que el fenómeno Big Data atravesará en 2014 una etapa de desencantamiento antes de emerger en 2015 como una tecnología generalizada. Según Compuware, ante la necesidad de análisis prácticamente en tiempo real, las organizaciones en vanguardia irán más allá del análisis de logs y la aplicación de herramientas de libre disposición y empezarán a utilizar una nueva generación de soluciones APM, dotadas de capacidades especializadas para abordar Big Data.

Como cuarto pronóstico, Compuware cree que en 2014 disciplinas antiguas como ITIL e ITSM se verán cuestionada. Estás disciplinas han guiado a los responsables de TI durante más de dos décadas, pero la velocidad del cambio, el impacto de las aplicaciones en el negocio y la dinámica complejidad de la ‘Internet de las Cosas’ (IoT) las restarán relevancia. Además, estas disciplinas son un lastre que frena una innovación capaz de responder a las necesidades reales de muchas empresas. En esta encrucijada, las organizaciones TI buscarán sistemas inteligentes, dinámicos y en tiempo real, y se dotarán de las herramientas necesarias para construirlos. Como resultado, las soluciones APM jugarán un papel mucho más extenso en el universo de las organizaciones TI.

Por último, Compuware prevé que en 2014 surgirá una nueva generación de soluciones APM como plataforma de base para la construcción de aplicaciones compuestas orientadas a acelerar la innovación, eliminar el trabajo externo y asegurar la más óptima experiencia para el usuario. A diferencia de las antiguas herramientas APM, aplicadas a la monitorización de la producción y a la emisión de alertas ante los problemas –una vez que estos ya han sucedido-, esta nueva generación de soluciones se centrará en la eliminación de los entornos de desarrollo, pruebas y producción entendidos como silos, ofreciendo por primera vez capacidades proactivas en la gestión del rendimiento y la disponibilidad de las aplicaciones.

Para Antonio García, director general de Compuware APM, *“el año 2014 traerá cambios verdaderamente transformadores en TI, no solo para responder a los imperativos actuales de los negocios impulsados por apps, las explosión móvil y la adopción de estrategias Big Data; también transformará los fundamentos de las metodologías TI que vienen guiando a los negocios para crecer y competir”*. También añade que *“el papel de la nueva generación de soluciones APM , se ampliará y ganará protagonismo en el mundo TI del futuro, emergiendo como una plataforma estratégica que reemplazará las prácticas que han fracasado en la última década”*.

www.compuware.com



mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

¿Qué debemos saber antes de comprar una impresora 3D?



Para aquellos usuarios que estén pensado en adquirir una impresora 3D de sobremesa ya sea para uso profesional como personal, Marc Torras, director general de EntresD, empresa que comercializa de manera exclusiva, la UP Plus 2 y la Up Mini, ofrece seis aspectos clave a tener en cuenta a la hora de realizar la elección del modelo de impresora.

1. Elige bien el tipo de impresora: ¿prefieres flexibilidad o sencillez?

Básicamente hay básicamente dos familias de impresora 3D de sobremesa: las basadas en sistemas de código abierto y las de tecnología propietaria, que suelen ser 'ready to print'.

El primer tipo están basadas en tecnología reprap o similar y son impresoras más difíciles de utilizar pero que ofrecen mucha flexibilidad: se pueden elegir básicamente todos los parámetros de impresión. Esto da más libertad al usuario pero no es fácil regular la impresora para que los modelos que se imprimen queden perfectos. Suelen ser más baratas, sobre todo si vienen desmontadas y se las ha de montar el usuario, tarea que no es sencilla aunque hay cursillos donde enseñan a hacerlo.

Las 'ready to print' son impresoras más enfocadas al usuario no especializado, que intentan garantizar una calidad de impresión estable y que la experiencia sea lo más sencilla posible. Suelen ser más robustas y mucho más fáciles de utilizar, a costa de permitir controlar solamente los parámetros básicos de la impresora.

2. Hay diferentes tipos de material de trabajo: ¿lo quieres ecológico o versátil?

Cada vez se desarrollan más materiales nuevos, pero el 90% de piezas se imprimen en dos materiales: ABS y PLA. ¿Qué diferencia hay? El PLA es ecológico (está hecho a partir de maíz) pero es más difícil de trabajar (pegar, pintar, agujerear, limar..) después de la impresión y se degrada con el tiempo. El ABS es el material del que están hechas las piezas de Lego. No es ecológico pero se puede reciclar y reutilizar, y se puede trabajar bien. Al ser difícil de pegar, en las impresoras de PLA el límite del tamaño de la pieza a imprimir lo marca la impresora. Las impresora que trabajan con ABS, al poderse pegar las piezas, suelen ser más pequeñas. Otro detalle a tener en cuenta es que las impresoras que pueden trabajar con ABS también pueden trabajar con PLA; pero las que trabajan con PLA no pueden trabajar con ABS.

Hay impresoras que pueden trabajar con material de cualquier fabricante, y otras con material propietario, obligando al usuario a comprar material de la marca de la impresora. En este caso, el material suele ser mucho más caro.

3. ¿Qué software lleva la máquina? Una ayuda para la impresión

El software de las impresoras no sirve para diseñar (para eso están los programas de diseño). La función del software es básicamente preparar la pieza para imprimir, y permitir seleccionar la posición de pieza, la velocidad de impresión o la densidad, entre otros parámetros.

4. Valora la calidad de impresión: ¿buscas precisión y detalle?

Es difícil de comparar, pues hay muchos factores que influyen en la calidad de impresión. Lo más importante es que los tres ejes (X,Y,Z) estén bien alineados, por lo tanto se recomienda una impresora robusta, donde un golpe accidental no provoque la desalineación de los ejes. También es importante la resolución del eje Z, aunque a partir de una resolución de 0.20mm la diferencias son poco perceptibles. Finalmente, es muy importante que la plataforma esté completamente plana al imprimir, así que recomendamos que la impresora sea fácil de calibrar. Algunas marcas empiezan a incorporar la función de autocalibrado de la plataforma, lo que proporciona un óptimo acabado de la pieza, con un alto grado de detalle y precisión.

5. El servicio técnico y garantía son muy importantes: ¿asistencia ante cualquier duda?

Al ser un producto con una tecnología novedosa, siempre va bien que la impresora lleve el servicio técnico incluido, para poder llamar en caso de necesitar asistencia ante cualquier duda o problema. La mayoría de impresoras dan 2 años de garantía para piezas, tal como marca la ley. Algunas marcas incluyen garantía completa (transporte , piezas y reparación).

6. Gestiona tus expectativa en cuanto a nivel de ruido y tiempos de impresión

La impresión 3D por adición de material es una tecnología de fabricación donde se crea un objeto tridimensional depositando sucesivas capas del mismo. El proceso consiste en fundir y extruir un filamento de plástico ABS, depositando capa por capa hasta crear el objeto deseado. Y este proceso no es tan silencioso como cuando se imprime una hoja de papel. Las impresoras de sobremesa 3D normalmente se utilizan en casa o en la oficina, por lo que es importante tener en cuenta el nivel de ruido al imprimir. Una pieza de tamaño grande puede tardar varias horas en imprimirse por lo que las piezas realmente grandes se suelen dejar imprimiendo durante la noche. Así que, sobre todo si la impresora se utilizará en casa, hay que tener en cuenta el nivel de ruido que originará la impresión. Aunque algunas son tan silenciosas y limpias como las que imprimen en papel.

www.entresd.es

Palletways mejora los tiempos de tránsito en la UE

Palletways, la compañía Europea especializada en distribución exprés de mercancía paletizada, anuncia una mejora sustancial en los tiempos de tránsito para los envíos dentro de la Unión Europea a partir de enero de 2014.

Esta mejora permitirá recortar los tiempos de entrega en prácticamente todos los países, siendo posible gracias al importante crecimiento experimentado por los volúmenes en toda la red europea.

Con estos nuevos tiempos de tránsito, los clientes de Palletways, según informa la compañía, podrán, por ejemplo, solicitar una recogida en cualquier punto de Inglaterra o Alemania un lunes y tenerlo entregado en cualquier punto de España o Portugal en un plazo máximo de 72 horas. Todo ello con un servicio puerta a puerta y la profesionalidad de una red con más 300 Depots y 12 Hubs Internacionales.

De este modo, Palletways refuerza su posición como la primera red exclusiva de distribución de mercancía paletizada ofreciendo servicios diarios de entregas y recogidas en la Unión Europea.

Palletways Europa añade esta mejora al crecimiento ya anunciado en septiembre con la incorporación de dos nuevos países, Republica Checa y Eslovaquia, a los que en un breve periodo de tiempo se incorporarán otros países.

www.palletways.com/es



Tecnología de Sensus optimiza el ahorro de agua y energía

Sensus, compañía especializada en fabricación y distribución de soluciones de medición, comercializa los dispositivos necesarios para la máxima optimización de los recursos energéticos, consiguiendo así un importante ahorro económico, a la vez que mejorando la fiabilidad de sus instalaciones.

Para lograr la máxima eficacia en los equipos de contaje, Sensus cuenta con soluciones de medida para monitorizar y controlar la energía utilizada en los edificios inteligentes. Es el caso de los totalizadores de los modelos PolluTherm y PolluStat usados para medir la energía calorífica y refrigerante.

Otro punto clave es el ahorro de agua y es que, en la próxima década, se calcula que dos tercios de la población mundial sufrirán problemas de abastecimiento de agua. Esta escasez de agua propiciada por un mal uso del agua de las redes de todo el mundo suponen un coste estimado anual de 9.600 millones de dólares (unos 7.560 millones de euros).

En relación a esto y gracias al estudio realizado por Sensus en colaboración con otras 180 compañías de distribución de agua sobre las redes inteligentes de agua (Smart Water Networks), se pueden generar importantes ahorros mejorando el funcionamiento del sistema en aspectos como las fugas, la gestión de la presión, el control de la calidad del agua y las inversiones futuras. Estos ahorros permitirían a las compañías de distribución de agua economizar hasta 12.500 millones de dólares al año (en torno a 9.800 millones de euros).



Para ilustrar lo anterior y como ejemplo de ahorro en el sistema de gestión remota de agua podemos citar al aeropuerto de Palma de Mallorca ya que, allí se han instalado un total de 197 contadores de agua con aplicación domótica distribuidos a lo largo de todo el aeropuerto, desde las terminales hasta los edificios auxiliares, o el parking público. De esta forma, la dirección del aeropuerto espera un mayor control sobre el gasto de agua, al mismo tiempo que un importante ahorro económico.

Sensus ofrece soluciones y sistemas fiables, flexibles y contrastados en la recolección precisa de datos, control y análisis. La compañía acumula más de 150 años de experiencia en tecnologías de metraje. Produce y distribuye soluciones de medida y de transmisión de datos para los sectores del agua, energía térmica, electricidad y gas por todo el mundo.En España, la compañía está presente desde 1989.

www.sensus.com

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

FM Logistic realiza una gran inversión en innovación

FM Logistic y la empresa Baléa ha realizado una gran inversión para desarrollar conjuntamente un sistema innovador para la preparación de pedidos con control de peso. Esta solución supone una importante reducción de costes al tiempo que mejora la calidad en el sistema.

FM Logistic y su cliente L´Oreal en Rusia están utilizando ya esta solución con éxito, con un incremento de la productividad del 25% y una significativa mejora de la calidad. Después de este éxito, este sistema va a comenzar a utilizarse en el resto de países del Grupo, con una inversión de 1,5 millones.

"FM Logistic ha identificado 30 casos prioritarios en los que esta solución podría añadir valor, y ha previsto una inversión de 1,5 millones para implementarla durante 2014 y 2015. Se aplicará en todos los países e industrias del Grupo. Creemos que proveer soluciones innovadoras a nuestros clientes tiene que ser prioritario", señala Pablo Gómez, director de FM Logistic Iberia.

www.balea.com
www.fmlogistic.com



Linde MH celebra 20 años de éxito de su filial en China

Según informa la compañía, en el mes de diciembre de 1993, Linde Material Handling fue el primer fabricante extranjero en atreverse a dar el paso de establecerse en China, fundando primero una joint venture y, poco después, levantando su propia planta de fabricación en Xiamen, ciudad situada en la costa sureste de China. Desde ahí, la nueva filial de Linde fue desarrollándose rápidamente, convirtiéndose en el más importante y exitoso proveedor no chino de equipos de manutención. Hasta la actualidad, Linde China Forklift Truck Ltd. sigue siendo, con gran diferencia, la marca de equipos de manutención de más éxito entre los ofertantes extranjeros en China. Además, en el segmento de las carretillas eléctricas y máquinas de interior, lidera incluso el mercado local. Entre la sede principal de Xiamen y los más de 100 puntos de venta y servicio a nivel nacional, la empresa emplea a más de 2.500 personas, de éstas, a unos 170 ingenieros de desarrollo, 500 trabajadores de fabricación y montaje, así como 650 técnicos de servicio postventa. Coincidiendo con el XX aniversario, se hizo entrega de la carretilla elevadora número 100.000 de fabricación china.

"La fórmula para el éxito en China consiste en no haber apostado únicamente por estructuras comerciales locales, sino que, paralelamente, hemos ampliado tanto nuestro abanico de productos como nuestras capacidades de fabricación y desarrollo, y servimos al mercado directamente a través de nuestra planta en Xiamen", ha señalado Theodor Maurer, CEO de Linde Material Handling. "Aparte de ello, y gracias a su temprana entrada en el mercado chino, Linde MH cuenta hoy en día con importantes ventajas competitivas. En términos de calidad de producto y servicio postventa, Linde ha marcado pautas en los últimos veinte años y goza ahora de gran reputación y confianza entre los clientes", acentúa Maurer.

Para ello, Linde no sólo ha creado una densa red de ventas y servicio, sino que también fabrica en la planta de Xiamen las 19 diferentes series de carretillas y máquinas de interior de Linde. Con objeto de disponer de mayores capacidades para el desarrollo de productos para mercados específicos, Linde China FLT amplió en el año 2011 su centro de investigación y desarrollo en la sede principal de Xiamen. Además, la rapidez del servicio y la alta disponibilidad de recambios quedan garantizadas a través del almacén de recambios propio, certificado según ISO 9001, con 17.200 diferentes artículos.

Con motivo del XX aniversario, Linde China FLT organizó en mayo de 2013 el "Forklift Truck Tibet Challenge". Este desafío consistió en que una carretilla diésel de fabricación china con capacidad para 3.000 kg recorrió un trayecto de 2.000 kilómetros, desde Chengdu en China central, pasando por la cordillera del Himalaya y hasta llegar a la ciudad tibetana de Lhasa.

www.linde-mh.es



La feria AMB 2014 de Stuttgart prepara un nuevo éxito

La industria de procesamiento y mecanizado de metales de Baden-Wurtemberg ha obtenido un reconocimiento muy importante: el Dr. Nils Schmid, ministro de Finanzas y Economía de la región, ha asumido el patrocinio de la AMB 2014.

El ministro ha subrayado que está encantado de asumir el patrocinio: "La AMB es para Baden-Wurtemberg una plataforma imprescindible para presentar la capacidad de rendimiento e innovación de las empresas ubicadas aquí. Muestra de forma impresionante la importancia del sector para el crecimiento económico y, consecuentemente, el bienestar de nuestros ciudadanos y de toda la región".

La AMB 2014 está en el top 5 internacional de ferias de máquinas herramienta y herramientas de precisión y, además, en los años pares se convierte en la feria líder del sector en Europa. Al ver que el número de expositores inscritos hasta la fecha es muy satisfactorio, Gunnar Mey y Sengül Altuntas, los dos directores del proyecto, comparten la misma opinión: "La AMB 2014 seguirá incrementando los éxitos de los años anteriores y reforzará su importancia como exposición internacional de innovación del sector".

Para la AMB 2014 que se celebrará del 16 al 20 de septiembre, se esperan aproximadamente 1.300 expositores y más de 90.000 visitantes. Sobre una superficie de aproximadamente 105.000 metros cuadrados brutos, podrán ver las innovaciones y perfeccionamientos en la técnica de mecanizado y en la industria de herramientas de precisión, además de herramientas de sujeción, CAD, CAM, CAE, software, rectificadoras, manipulación de piezas y herramientas, y técnica de medición. La AMB 2014 se ve apoyada por las asociaciones patrocinadoras VDMA Asociación especializada en herramientas de precisión, VDMA Asociación especializada en software, así como la VDW Asociación de fábricas alemanas de máquinas herramienta.

www.messe-stuttgart.de/amb



El Grupo LVMH renueva su confianza en ID Logistics

ID Logistics, compañía internacional especializada en logística, ha anunciado la confianza depositada por el Grupo LVMH mediante la renovación de su contrato con las grandes marcas de perfumería y cosmética del grupo por otros cinco años. El acuerdo cubrirá la logística de las marcas Givenchy y Guerlain, además de Kenzo y Fendi, que operan a través de la cabecera del Grupo LVMH. Las operaciones de logística se realizarán a través de dos plataformas (Beville-le-Comte y Beauvais) que cuentan con una superficie de casi 40.000m2 y más de 250 empleados. Esto permitirá procesar más de 5.5 millones de pedidos al año.

En relación a esto, Eric Hémar, director general de ID Logistics, señaló: *"Me gustaría agradecer al Grupo LVMH la confianza que sigue depositando en nosotros, estoy orgulloso de la renovación de este contrato ya que refleja el compromiso de nuestro equipo para proporcionar soluciones de logística a un cliente tan prestigioso que demanda una alta calidad de servicio. Este acuerdo encaja perfectamente con la estrategia de ID Logistics de hacer del sector del lujo, las fragancias y la cosmética un foco importante para su desarrollo, estrategia que se ha visto reforzada con la adquisición de CEPAL en julio de 2013".*

El Grupo ID Logistics es uno de los principales operadores logísticos a nivel internacional con una facturación en 2012 de 560 millones de euros. El grupo cuenta actualmente con 168 instalaciones en 14 países representando 3,1 millones de metros cuadrados de almacenes operativos en Europa, América Latina, Asia y África, contando con 12.300 empleados

En España la compañía cuenta con más de 1.200 colaboradores y más de 376.000 metros cuadrados de almacenes en sus centros de Valencia, Guadalajara, Madrid, Vitoria, Asturias, Barcelona, Bilbao, Santander y La Coruña.

www.id-logistics.com/es
www.lvmh.com



Nacex diversifica su labor solidaria y responsable

Ser responsable y solidario son valores presentes no solo en las personas, sino también en las organizaciones. Más en concreto nos ha llamado la atención la diversificación de acciones solidarias y responsables de las personas que trabajan en la conocida compañía Nacex, especializada en paquetería y courier express, perteneciente al Grupo Logista,

Así, en primer lugar, mencionamos que la agencia Nacex 404 de Almería está apoyando el fomento de buenos hábitos entre los más jóvenes, en este caso, a través del patrocinio de un circuito de torneos de ajedrez para niños que han tenido una buena acogida durante las pasadas fiestas navideñas en Almería. El apoyo de Nacex como patrocinador oficial fue muy valioso para poder celebrar el I Torneo Escolar de Navidad del Club de Ajedrez Indalo.

Por otro lado, en el año recién terminado, Nacex ha renovado el compromiso de colaboración con la 6ª edición de la campaña Que No Falte De Nada, recogiendo y repartiendo juguetes para niños hospitalizados y desfavorecidos. En total se han recogido y repartido más de 20.000 juguetes gracias a la colaboración de particulares y empresas que, este año se han entregado en 43 centros y hospitales de toda España y, también, en Colombia.



Finalmente, mencionamos que, un año más, la compañía ha querido sumarse colaborando en el programa Empresas con Corazón (Empreses amb Cor) de Cáritas Diocesana de Barcelona. De esta manera la firma de paquetería y courier express ha promovido la campaña navideña de recogida de alimentos llevada a cabo gracias a la solidaridad del personal de oficinas centrales de Nacex y de sus franquiciados de la provincia de Barcelona, quienes han aportado un total de 425 kilos de alimentos.

Además, Nacex ha recogido todas las aportaciones realizadas en instalaciones deportivas, colegios, parroquias, y otros centros colaboradores de toda la provincia de Barcelona, para entregarlas en el almacén central de Cáritas Diocesana de Barcelona, desde donde se gestionarán todos los donativos.

www.nacex.es

Tecnodin presenta su novedades industriales



Entre las principales novedades destacan una nueva serie de bridas de cierre tirantes de perfil bajo, una extensa gama de puños con gran variedad de diseños y tamaños, nuevas palomillas personalizables con tapas de colores y bisagras metálicas en tres modelos diferentes.

También promociona sus soluciones en pies n iveladores fabricados en poliamida reforzada con fibra de vidrio, acero y acero inoxidable,con Eespiga fija o con rótula.Goma antideslizante opcional.



www.tecnodin.com

Aiqsa promociona bombas autocebantes y sumergibles anticorrosivas

Aiqsa, fruto de un nuevo acuerdo de distribución, informa que ha mejorado sensiblemente los precios de las bombas autocebantes serie GV y de las bombas sumergibles serie GW



La serie GV de bombas autocebantes está constituida por una amplia gama de modelos en PP y ECTFE, con capacidad para el autocebado desde 5 metros de altura en menos de 2 minutos y con caudales hasta 27.000 l/h.

Las bombas sumergibles de la serie GW son las primeras bombas sumergibles del mundo totalmente resistentes a la corrosión, para uso con ácidos, álcalis y líquidos agresivos.



www.aiqsa.com